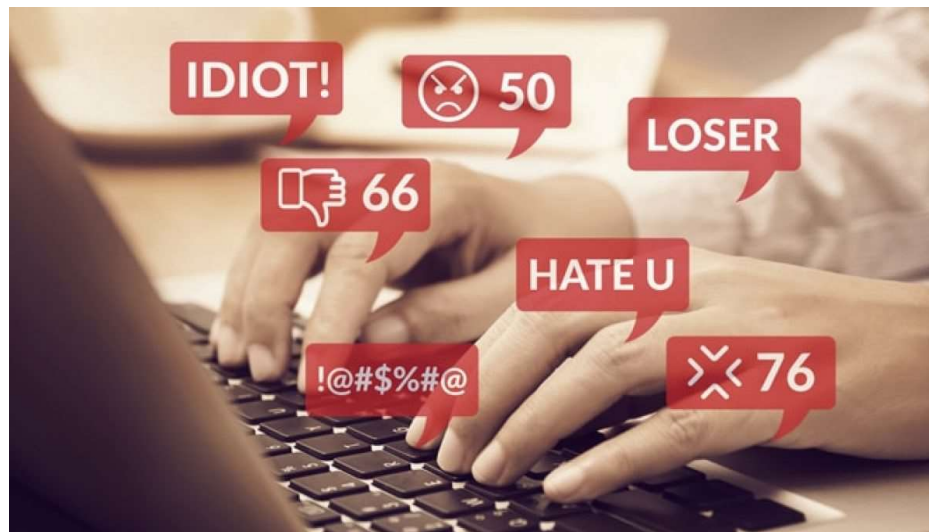


II Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital

Dra. Tamara Antona Jimeno, Dr. Elías Said-Hung y Julio Montero Díaz



Taxonomía de los Discursos del Odio en los medios de comunicación profesionales españoles

Presentación de la Comunicación

II Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital

- ▶ PROYECTO FINANCIADO: *Taxonomía, presencia e intensidad de las expresiones de odio en entornos digitales vinculados a los medios informativos profesionales españoles* – [Hatemia](#)

PID2020-114584GB-I00, financiado por la Agencia Estatal de Investigación -
Ministerio de Ciencia e Innovación



Objetivos



- ▶ Presentación de resultados **preliminares**
- ▶ Mapa de expresiones de odio promovidas por los usuarios y espacios digitales vinculadas a los medios de comunicación en España
- ▶ Favorecer la detección y el seguimiento de las expresiones de odio
- ▶ Resultado tangible: **un algoritmo que está en fase de construcción** (veremos DEMO) y que sirve para monitorear, en tiempo real, las expresiones de odio desde los entornos institucionales asociados con los medios

Metodología



- ▶ Toma datos extraídos de los usuarios de Twitter y portales institucionales vinculados a los principales medios de comunicación
- ▶ Análisis semiótico discursivo de los contenidos **publicados tanto por los medios** y sus los **seguidores durante un año completo**
- ▶ Los contenidos se clasifican y analizan con expresiones de odio según los niveles de intensidad propuestos

Metodología: Medios



- ▶ Los medios de comunicación digitales profesionales analizados son:



- ▶ El estudio analiza los mensajes publicados por los medios informativos digitales profesionales considerados en sus portales institucionales y en Twitter y Facebook

Metodología: Twitter, ¿por qué?



- ▶ Twitter es la red social en la que más ha crecido la influencia de los microrrelatos
- ▶ Sus usuarios suelen preferir las noticias de última hora y el seguimiento de la actualidad
- ▶ Es la principal red social para los actores políticos en cuanto al contacto con los ciudadanos, especialmente durante los procesos electorales

Metodología: Twitter, ¿por qué?



- ▶ Su poder es creciente respecto a la difusión de contenidos generados por los propios medios de y también para el ejercicio de la labor periodística a través del contacto inmediato (ya sea con los hechos, o con otros usuarios).
- ▶ Es la red que inspira mayor confianza a los responsables de los medios de comunicación españoles para acceder a datos fiables en entornos digitales
- ▶ Es una de las redes sociales con mayor presencia de usuarios vinculados a medios tradicionales y digitales en Europa

Metodología: ¿qué analizamos?



En los principales medios digitales:

- 1) Titulares y encabezados de los mensajes publicados asociados a las noticias publicadas por estos actores
- 2) Comentarios publicas por ellos en reacción a los mensajes publicados por otros usuarios en sus portales institucionales y en Twitter.

Metodología: Datos



- ▶ Se han recogido datos extraídos directamente de los usuarios asociados a los medios de comunicación digitales profesionales durante 12 meses continuos.
- ▶ Esta recopilación se realizó diariamente con la API académica de Twitter, siguiendo una metodología CRISP-DM.
- ▶ Como gran parte de los datos se obtuvieron de Twitter, no estaban estructurados (por ejemplo, textos e imágenes). Por ello, primero se realizó un preprocesamiento para normalizar el contenido vinculado a cada tweet

Metodología: Datos, recolección



- ▶ Se han recogido datos extraídos directamente de los usuarios asociados a los medios de comunicación digitales profesionales durante 12 meses continuos.
- ▶ Esta recopilación se realizó diariamente con la API académica de Twitter, siguiendo una metodología CRISP-DM.
- ▶ Como gran parte de los datos se obtuvieron de Twitter, no estaban estructurados (por ejemplo, textos e imágenes). Por ello, primero se realizó un preprocesamiento para normalizar el contenido vinculado a cada tweet

Metodología: Datos, procesado



- ▶ Una vez normalizados los mensajes se han clasificado según la presencia o ausencia de expresiones de odio en ellos
- ▶ También se establecen los **niveles de odio**: escala de 0 a 5. Si no encaja en ninguna de las intensidades, no se cataloga.
- ▶ Tipos de odio: seleccionar tantos como se encuentren
- ▶ ¿Hay humor? seleccionar sí o no
- ▶ Modificadores: si encontramos intensificadores o atenuadores

Metodología: Niveles de Odio



- ▶ **Nivel 0:** Se emplea un término que podría definir objetivamente un rasgo de un grupo y que no se emplea en sentido despectivo, pero que socialmente tiene connotaciones negativas
- ▶ **Nivel 1:** No hay violencia verbal, pero se presenta de manera factual un hecho con el fin de estigmatizar a un grupo social determinado
- ▶ **Nivel 2:** Atribución de malas intenciones, expresiones abusivas, también atribuir a una o varias personas acciones claramente negativas con la intención de difundir una imagen negativa del grupo social al que pertenecen

Metodología: Niveles de Odio



- ▶ **Nivel 3:** ámbito de la mera violencia verbal. Aquí tendrán cabida todos aquellos mensajes con los que se pretenda insultar, ofender, despreciar o humillar a una(s) persona(s) por su pertenencia a un grupo que el emisor odia (contienen insultos, generalmente).
- ▶ **Nivel 4:** Amenazas veladas o implícitas, Expresiones de emoción positiva ante la muerte, la agresión o el daño físico de alguien o algo. Expresiones intimidantes con consecuencias (reales o no) que no sean de tipo físico
- ▶ **Nivel 5:** Expresiones que llamen a actuar con violencia física contra o algo vinculado a ellos. También expresiones que manifiesten deseo de que otro muera o sufra algún daño

Metodología: Niveles de Odio



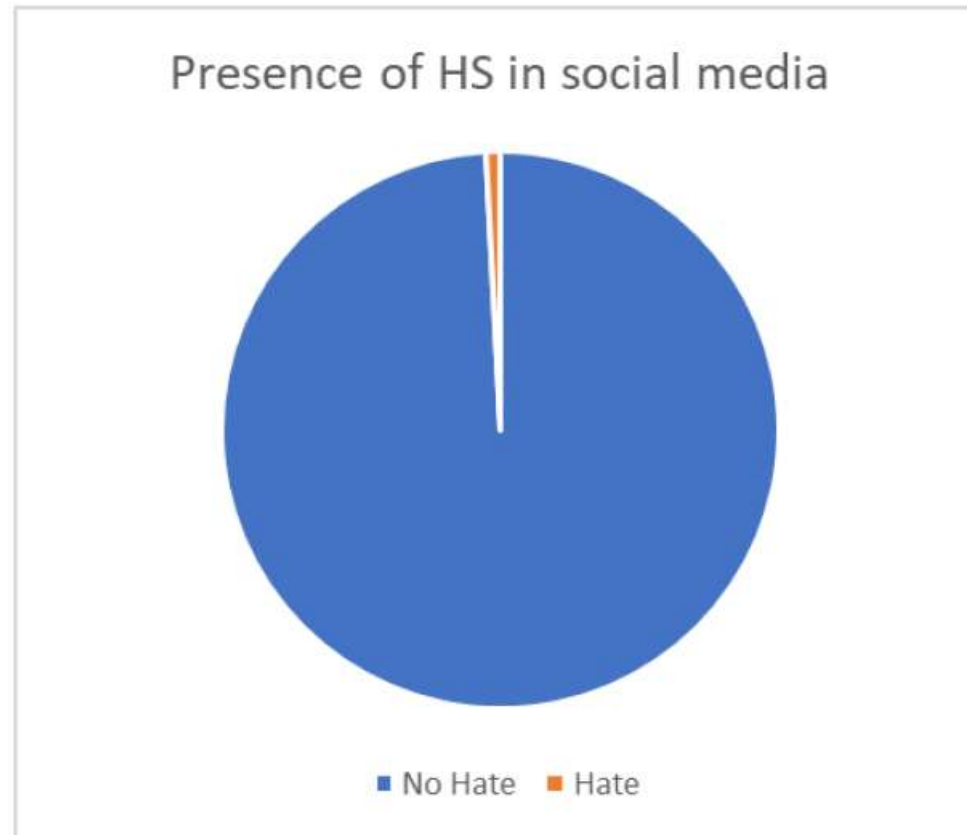
- ▶ **Nivel 3:** ámbito de la mera violencia verbal. Aquí tendrán cabida todos aquellos mensajes con los que se pretenda insultar, ofender, despreciar o humillar a una(s) persona(s) por su pertenencia a un grupo que el emisor odia (contienen insultos, generalmente).
- ▶ **Nivel 4:** Amenazas veladas o implícitas, Expresiones de emoción positiva ante la muerte, la agresión o el daño físico de alguien o algo. Expresiones intimidantes con consecuencias (reales o no) que no sean de tipo físico
- ▶ **Nivel 5:** Expresiones que llamen a actuar con violencia física contra o algo vinculado a ellos. También expresiones que manifiesten deseo de que otro muera o sufra algún daño

Metodología: Niveles de Odio



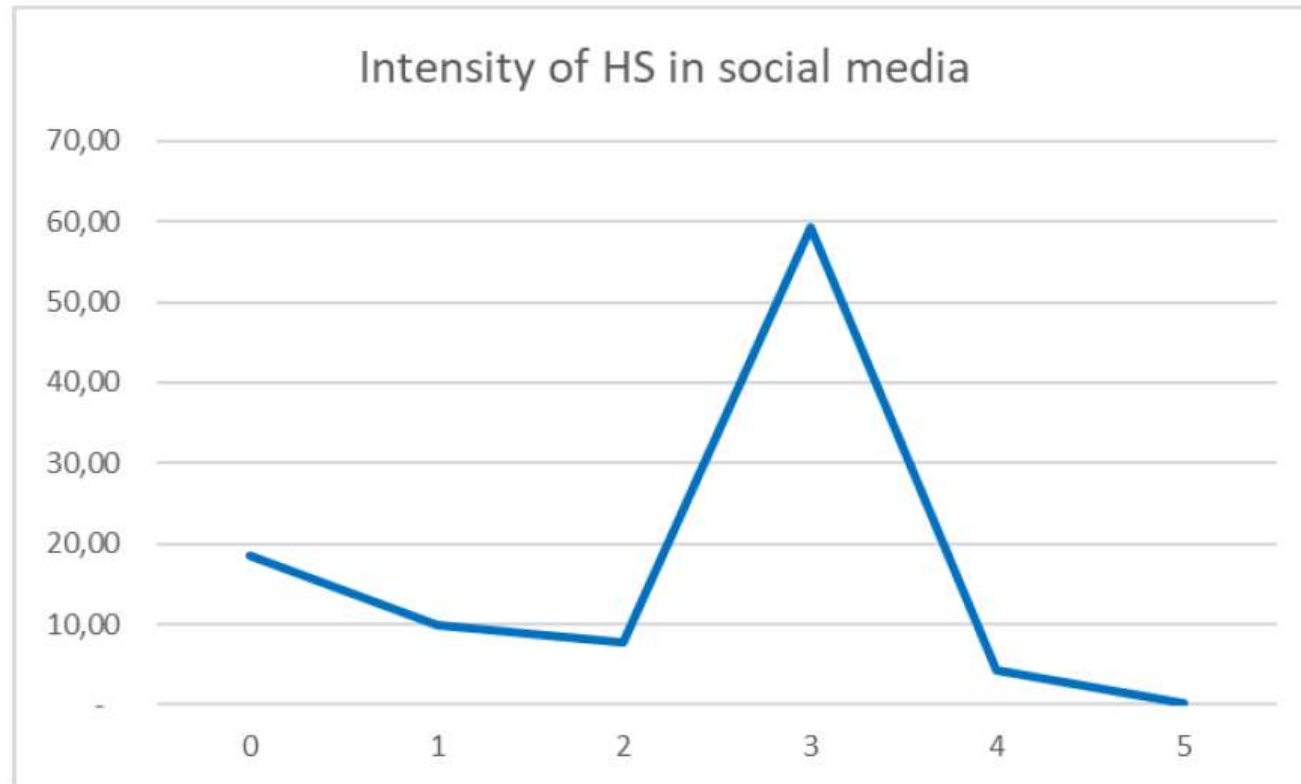
- ▶ **Nivel 3:** ámbito de la mera violencia verbal. Aquí tendrán cabida todos aquellos mensajes con los que se pretenda insultar, ofender, despreciar o humillar a una(s) persona(s) por su pertenencia a un grupo que el emisor odia (contienen insultos, generalmente).
- ▶ **Nivel 4:** Amenazas veladas o implícitas, Expresiones de emoción positiva ante la muerte, la agresión o el daño físico de alguien o algo. Expresiones intimidantes con consecuencias (reales o no) que no sean de tipo físico
- ▶ **Nivel 5:** Expresiones que llamen a actuar con violencia física contra o algo vinculado a ellos. También expresiones que manifiesten deseo de que otro muera o sufra algún daño

Primeros resultados



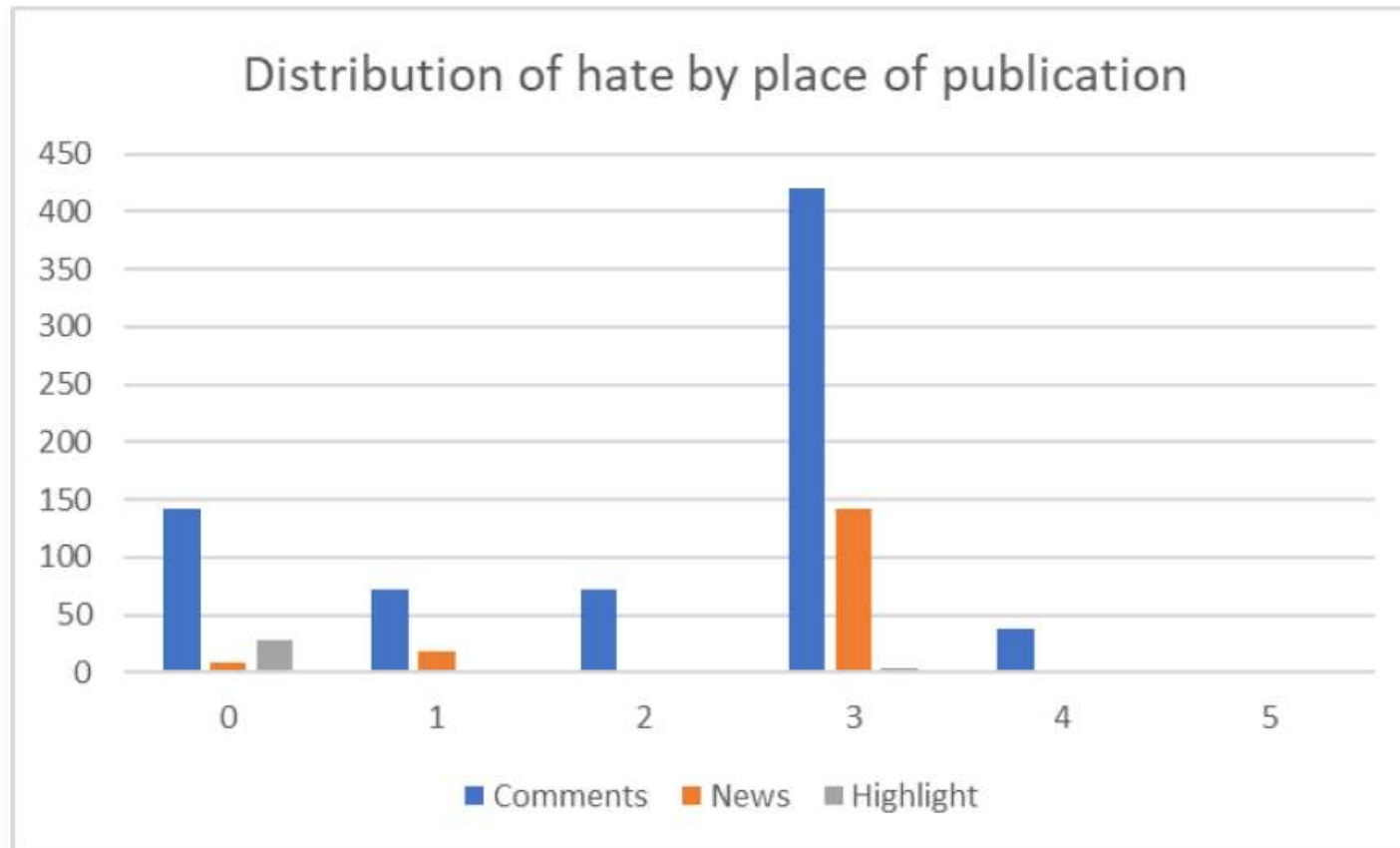
Source: Corpus of 115,190 messages of social media. Own production.

Primeros resultados



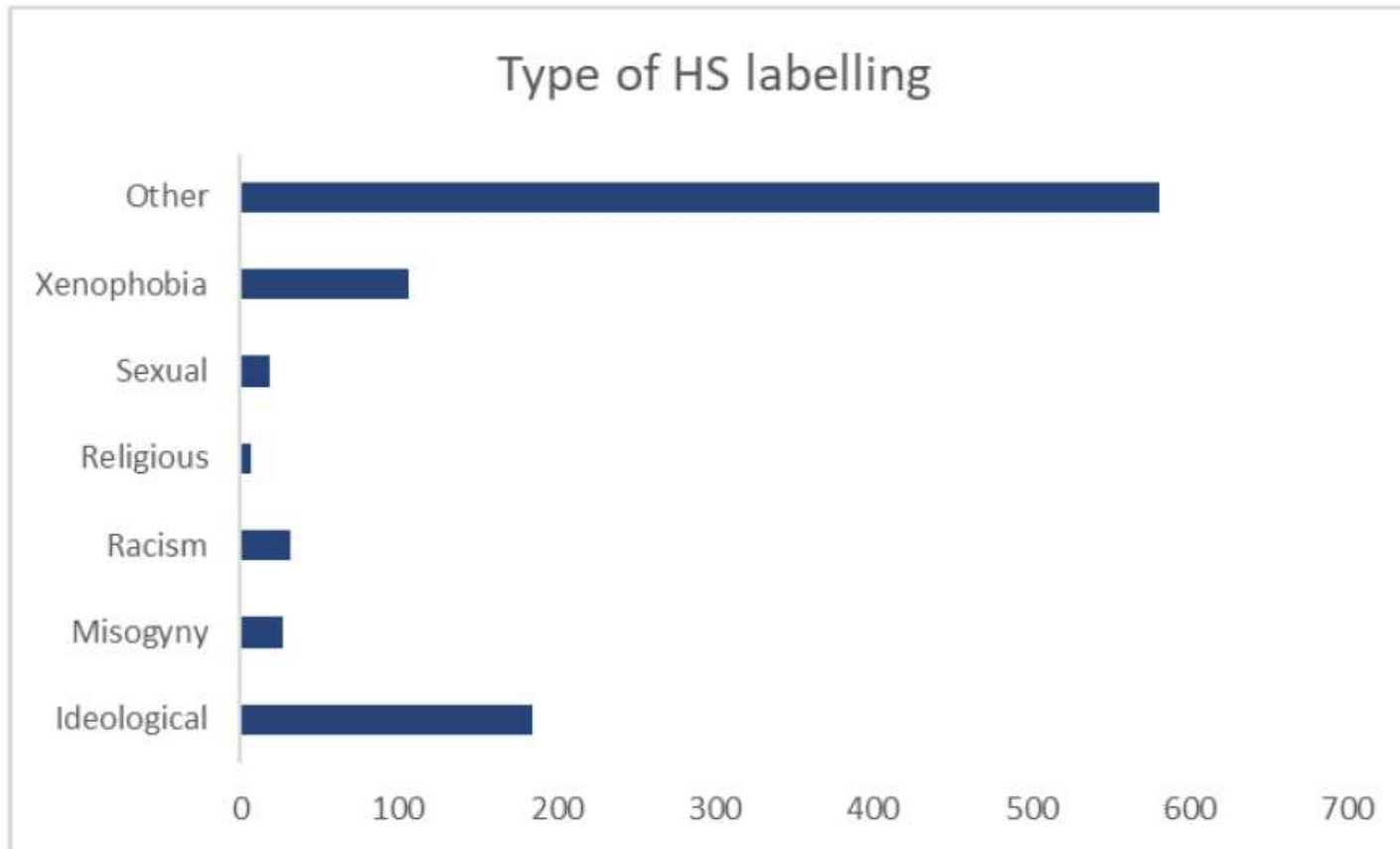
Source: Corpus of 115,190 messages of social media. Own production.

Primeros resultados



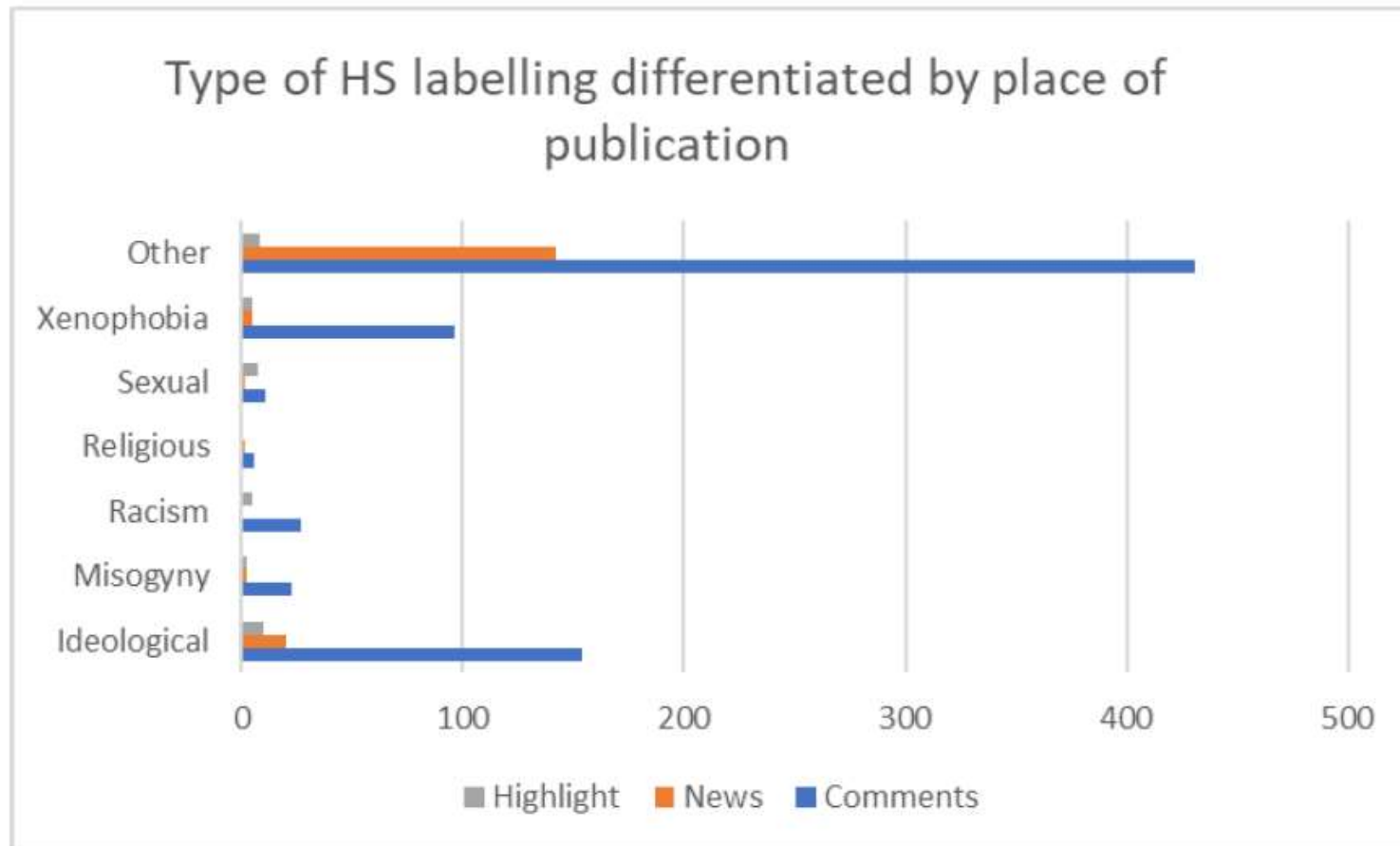
Source: Corpus of 115,190 messages of social media. Own production.

Primeros resultados



Source: Corpus of 115,190 messages of social media. Own production.

Primeros resultados



Reflexiones



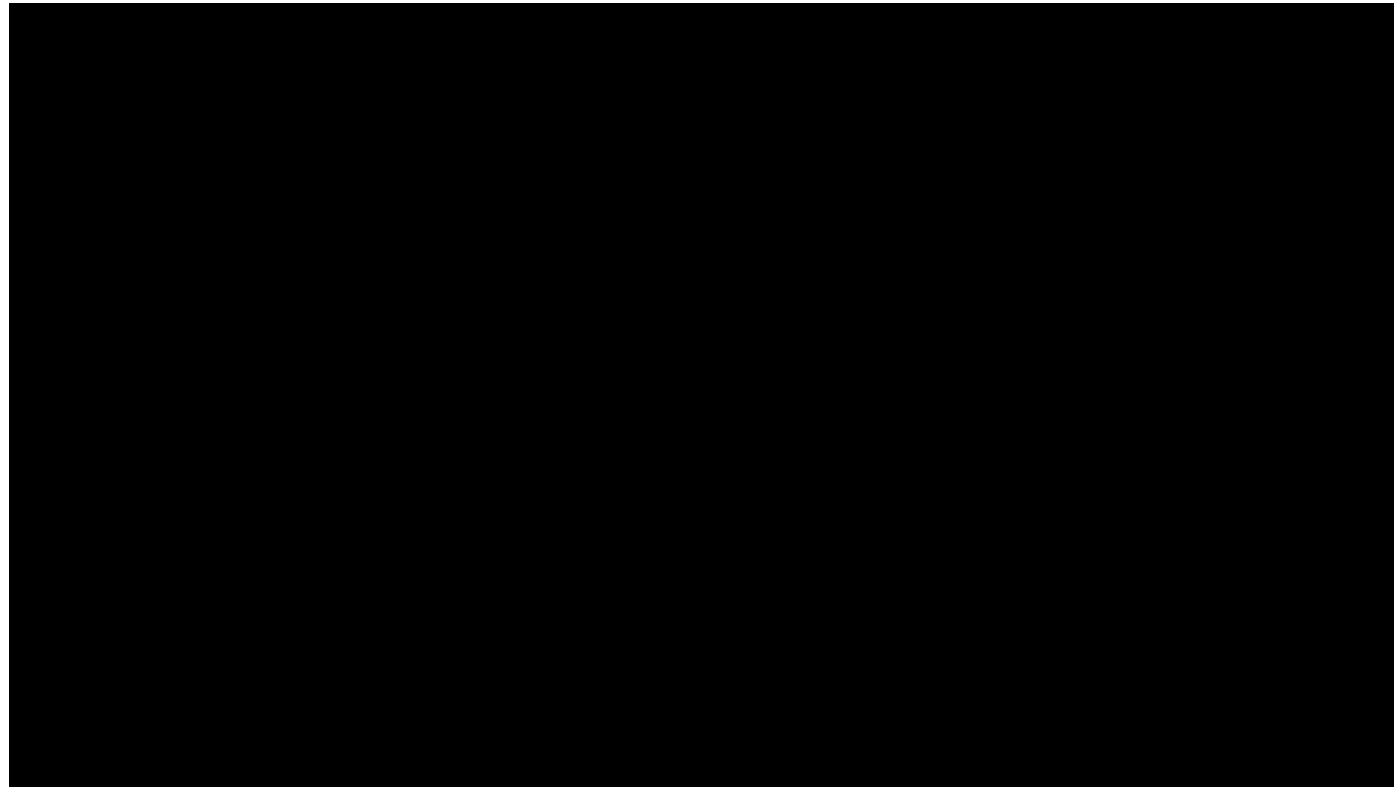
- ▶ El lugar preferido para la incitación al odio es en los comentarios de los usuarios
- ▶ Esto es una buena noticia ya que significa que, en términos generales, la incitación al odio desde los medios de comunicación es muy residual, lo que demuestra un correcto funcionamiento democrático.
- ▶ La incitación al odio detectada en las noticias y titulares es muy baja.

Reflexiones



- ▶ Está poco presente (poco= menos del 1 por ciento), a veces tiene **mucha repercusión mediática**
- ▶ No es un fenómeno mayoritario, sin embargo, **es necesario un análisis más amplio**
- ▶ El algoritmo será **capaz de monitorizar en tiempo real** el odio

Demo Monitor de Odio *Hatemia*



<https://www.youtube.com/watch?v=h4qyKeCtsgc&list=TLPQMzAwOTlwMjJJ3rbmhRyV1w&index=2>

unir
LA UNIVERSIDAD
EN INTERNET

www.unir.net